

PATVIRTINTA
UAB „Palangos Klevas“ direktoriaus
2022 m. birželio 29 d. įsakymu Nr. V1-(1.1)-9

UAB „PALANGOS KLEVAS“

**UAB „PALANGOS KLEVAS“
2022-2024 METŲ
STRATEGINIS VEIKLOS PLANAS**

Palanga

2022 m.

TURINYS

1. Bendrosios nuostatos	3
2. Bendrovės pristatymas.....	3
2.1. Bendrovės apibūdinimas.	3
2.2. Bendrovės 2019-2021 metų veiklos pokyčiai.	4
3. Aplinkos ir išteklių analizė	5
3.1. Išorės aplinkos veiksniai	5
3.2. Vidaus aplinkos veiksniai.....	5
4. Stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių analizė (SSGG).....	6
5. 2022 – 2024 metų strateginės veiklos planavimas	7
6. Strateginių tikslų ir uždavinių įgyvendinimas	9
7. Akcininko lūkesčiai	11
8. Strateginio veiklos plano įgyvendinimo stebėseną, koregavimas, atnaujinimas.....	11

UAB „PALANGOS KLEVAS“ 2022-2024 METŲ STRATEGINIS VEIKLOS PLANAS

1. Bendrosios nuostatos

UAB „Palangos klevas“ (toliau – Bendrovė) strateginio plano tikslas - efektyviai ir tikslingai organizuoti Bendrovės veiklą. Strateginio veiklos plano dokumente pateiktas UAB „Palangos klevas“ strateginis pasirinkimas 2022-2024 metų laikotarpiui. Strateginiu veiklos planu vadiname apgalvotą ir ilgalaikį įmonės veiklos planą, skirtą įgyvendinti užsibrėžtus tikslus, atsižvelgus į įmonės veiklą, išteklius ir poziciją supančioje aplinkoje.

Rengiant įstaigos 2022-2024 metų strateginį veiklos planą vadovautasi Strateginio planavimo metodika ir Palangos miesto savivaldybės valdomų įmonių strategijų sudarymo, atnaujinimo ir įgyvendinimo, pasiektų veiklos tikslų atitikties joms nustatytiems veiklos tikslams vertinimo tvarkos aprašo nuostatomis.

Strateginis veiklos planas parengtas laikantis viešumo, atvirumo ir partnerystės principų.

2. Bendrovės pristatymas

2.1. Bendrovės apibūdinimas.

UAB „Palangos Klevas“ buvo įregistruota 1991 m. gruodžio mėn. 30 d. Bendrovės buveinė – Senojo turgaus g. 12, Palanga (žr. 1 pav.). Bendrovės veiklą reglamentuoja LR Akcinių bendrovių įstatymas. Pagrindiniai teisiniai dokumentai kuriais įmonė vadovaujasi savo veikloje yra įmonės įstatai ir prekybos Palangos miesto savivaldybės kontroliuojamos įmonės administruojamoje turgavietėje (prekyvietės) taisyklės.

Bendrovės įstatinis kapitalas yra 274882,30 EUR kurį sudaro 94 787 vnt. paprastųjų vardinių 2,90 EUR nominalios vertės akcijų. Akcijos priklauso Palangos miesto savivaldybės tarybai.

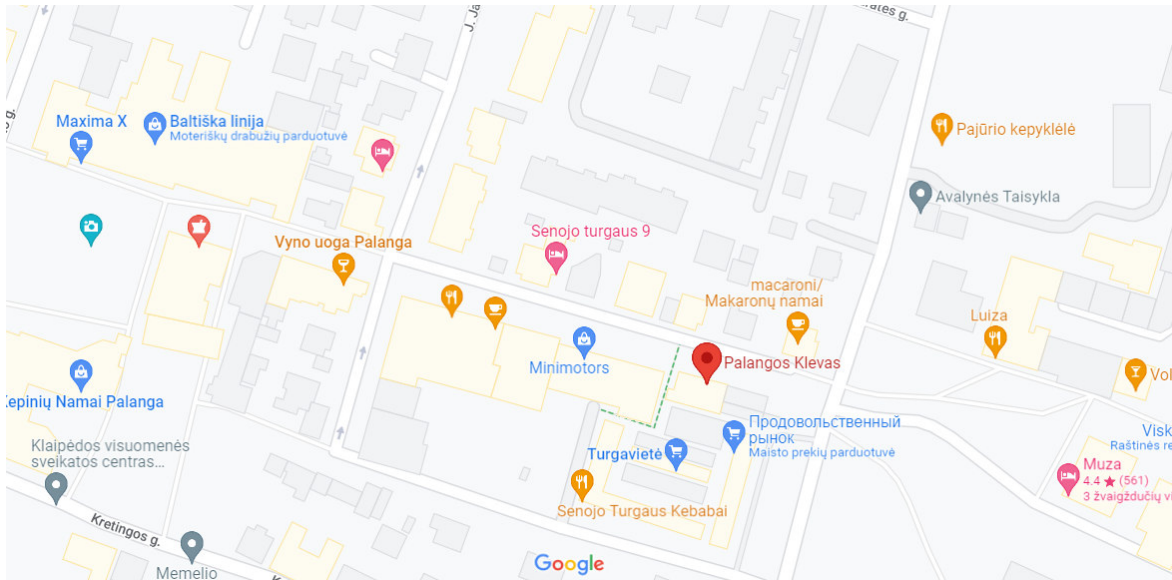
Registruotų filialų ir atstovybių Bendrovė neturi.

2012 metų gegužės mėnesio 21 d. pagal nekilnojamojo turto patikėjimo sutartį Palangos miesto savivaldybė perdavė Bendrovei valdyti Šventojoje, adresu Topolių g. 3A (žr. 2 pav.), apleistą žemės sklypą ir jame esančius pastatus turgavietės veiklai vykdyti.

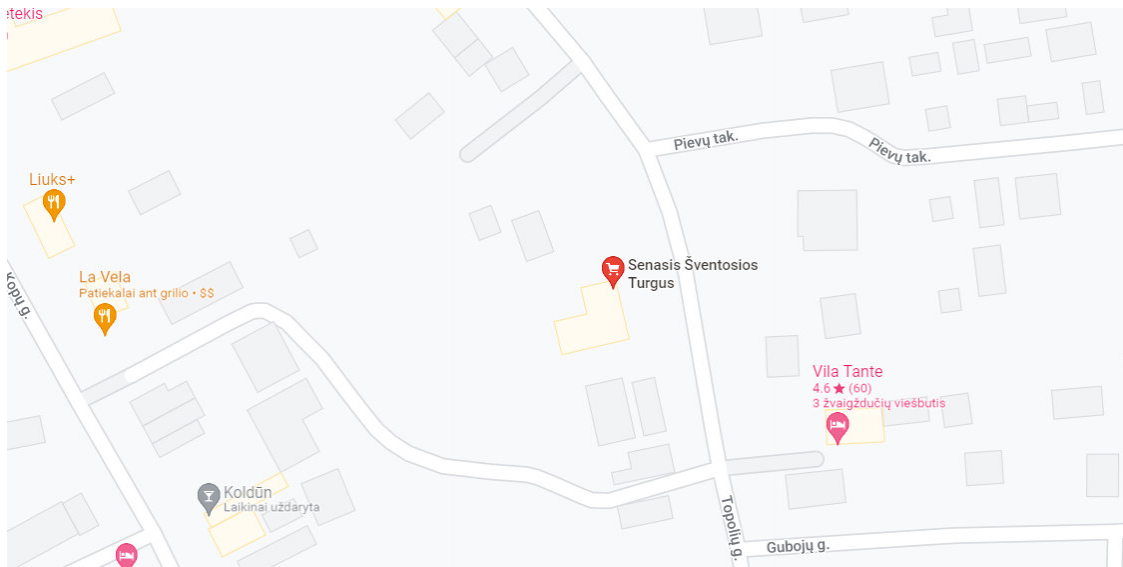
Šiuo metu Bendrovės pagrindinė veikla yra nuosavo turto nuoma ir eksploatavimas. Bendrovei priklauso Palangos miesto prekyvietė su 189 prekybinėmis vietomis prekybai maisto ir ne maisto prekėmis bei Šventosios prekyvietė su 16 prekybinių vietų prekybai maisto ir ne maisto prekėmis, patvirtintomis stebėtojų tarybos protokolo Nr. 6, 2013-11-27.

Bendrovė prekybinių vietų nuomos metu vadovaujasi Palangos m. savivaldybės tarybos 2015 m. liepos 02 d. sprendimo Nr. T2-193, 1.1 ir 1.2 punktais patvirtintais teikiamų atlygintinų paslaugų tarifais.

Bendrovė vykdo šią papildomą ūkinę-komercinę veiklą: mažmeninę prekybą, veterinarinę veiklą, maisto produktų tyrimą pagal higienos normų reikalavimus.



1 pav. Palangos turgavietės vieta žemėlapyje



2 pav. Šventosios turgavietės vieta žemėlapyje

2.2. Bendrovės 2019-2021 metų veiklos pokyčiai.

Bendrovės situaciją ir veiklos pokyčius atspindi 2019-2021 metų veiklos ataskaitų analizė:

Veiklos rezultatas	2019	2020	2021
Gautos pajamos	127426 Eur	125645 Eur	125825 Eur
Patiriamos sąnaudos	122217 Eur	135015 Eur	135696 Eur
Iš jų darbo užmokesčio sąnaudos	77899 Eur	82902 Eur	88052 Eur
Pelnas (nuostolis)	5209 Eur	-9370 Eur	-9871 Eur

Bendrovės pajamos, gaunamos iš pagrindinės veiklos, 2019-2021 metais kito nežymiai. Tačiau analizuojamu laikotarpiu padidėjo Bendrovės sąnaudos. Pagrindinės sąnaudų didėjimo priežastys – didėjantis darbo užmokestis dėl šalyje vykdomos mokesčių politikos, įmonės eksploatuojamų įrenginių bei pastatų nusidėvėjimas ir remontas, elektros kainų kilimas. Darbo užmokestis sudaro 60-65 proc. įmonės sąnaudų. 2021 metais sąnaudos darbo užmokesčiui padidėjo 13 proc., lyginant su 2019 metais. Elektros kainų kilimas pastaraisiais metais sudaro 40 proc.

3. Aplinkos ir išteklių analizė

3.1. Išorės aplinkos veiksniai

Teisiniai veiksniai

Bendrovė savo veikloje vadovaujasi LR įstatymais reglamentuojančiais bendrovės ūkinę veiklą, Akcinių bendrovių įstatymu, LR civiliniu kodeksu, bendrovės įstatais, Palangos miesto savivaldybės tarybos sprendimais, Visuotinio akcininkų susirinkimo sprendimai. Egzistuoja teisiniai ir mokestiniai rizikų veiksniai. Teisės aktų pokyčiai gali tiek neigiamai tiek teigiamai paveikti bendrovės investicijas, pelningumą, vertę. Bendrovės vadovų kadencijų skaičiaus ribojimas gali tiesiogiai įtakoti bendrovės valdymo rezultatus.

Ekonominiai veiksniai

Besiplečiantis prekybos centrų tinklas mažina paklausą turgaus rinkai. Ypač tai jaučiama rūbų, avalynės prekybos sektoriuje. Leidimas leisti prekiauti pramoninėmis prekėmis šalia pastatų, vykdančių prekybą maisto produktais, statybinėmis prekėmis, įtakoja nelygiavertę konkurenciją. Gyventojų emigracija ir mažas darbo užmokestis, „gyvenimas“ iš pašalpų, daro įtaką vidaus prekybai. 2020 metais LR Vyriausybei uždraudus prekybą COVID 19 viruso epidemijos metu, netekome tiek prekeivių, tiek pirkėjų. Persikėlus prekybai įvairiomis prekėmis į internetinę erdvę, o ypač karantino metu, sumažėjo jaunų žmonių kaip potencialių pirkėjų.

Socialiniai veiksniai

Pirkėjai ieškantys malonaus ir paslaugaus pardavėjo, ne visada patenkina savo poreikį. O prekyba po atviru dangumi neleidžia patogiai, šiltai prisimatuoti išsirinktą prekę. Kad gerai pažinti savo konkurentus, reikia išnagrinėti konkurentų darbo metodiką, strategiją ir taktiką. Tik įvertinus visus žinomus konkurentų vadybos elementus, galima planuoti bendrovės strategiją, priimti aktualius bendrovės veiklos valdymo sprendimus, valdyti bendrovės veiklos procesą. Norint sėkmingai dirbti konkurencinėje aplinkoje, reikia siekti geriausių rezultatų savo verslo aplinkoje. Tam tikslui pasiekti būtina bendrauti su klientais, analizuoti jų poreikius, operatyviai spręsti išskylančias problemas, siekti aukštesnės aptarnavimo kokybės, analizuoti konkurentų veiklą ir inovatyvias žinias pritaikyti bendrovėje. Bendrovės kaimynystėje esantys maisto prekybos centrai, teikia papildomų pirkėjų srautų turgaus dienomis. Pagrindiniai bendrovės paslaugų pirkėjai yra verslo ūkio subjektai ir Lietuvos Respublikos piliečiai, vykdančios veiklą pagal verslo liudijimą ar individualią veiklą.

Technologiniai veiksniai

Kadangi prekyba vykdoma tik grynaisiais pinigais, pirkėjams nepatogumus kelia bankomatų nebuvimas. Daugelis prekybininkų yra vyresnio amžiaus, todėl yra sunkumų diegiant naujas technologijas.

3.2. Vidaus aplinkos veiksniai

Žmogiškieji ištekliai

Bendrovėje yra patvirtinti 6 etatai, dirba 7 žmonės: direktorius, vyr. buhalteris, centrinės kasos kasininkas-kontrolierius, vyr. kontrolierius, kontrolierius, ūkio dalies vedėjas, valytojas.

Finansiniai ištekliai

Finansiniai ištekliai yra būtini tam, kad įmonė galėtų plėtoti savo veiklą. Sąlygos įmonės pelnui gauti priklauso nuo naudojamų finansinių resursų struktūros. Išsami šių resursų analize leidžia įvertinti įmonės konkurencingumą. Planuojant, kaip įgyvendinti naujus ekonominius sprendimus, finansinių resursų įvertinimas padeda atskleisti įmonės veiklos galimybes – kad poreikiai būtų tinkamai tenkinami, o resursai racionaliai naudojami. Finansinių resursų racionalus valdymas sprendžia vieną svarbiausių uždavinių kaip efektyviai paskirstyti ir investuoti finansinius resursus, tikintis didžiausios naudos. Piniginių lėšų šaltiniai - tai įmonės uždirbti pinigai, kurie reikalingi apmokėti už darbus už įsigytus materialinius išteklius, mokesčiams mokėti. Įmonėje naudojamos vien tik savos lėšos plėtoti ir modernizuoti įmonės veiklą.

Apskaitos tinkamumas

Įmonės veiklą reglamentuoja: Lietuvos Respublikos Akcinių bendrovių įstatymas, Lietuvos Respublikos Darbo Kodeksas, įmonės įstatai ir kiti teisės aktai. Apskaitą ir finansinių ataskaitų sudarymą

reglamentuoja LR galiojantys teisės aktai ir LR Verslo apskaitos standartai priimti ir taikomi Europos Sąjungoje.

Materialinė bazė

Įmonei nuosavybės teise priklauso šie pastatai: parduotuvė, prekybos paviljonas, dengti prekystaliai, kiemo aikštelė, esantys adresu Senojo Turgaus g. 12, Palanga. Žemės sklypas, turgavietės administracinis pastatas, sandėlis, esantys adresu Topolių g. 3A, Palanga nuosavybės teise priklauso Palangos miesto savivaldybei. Bendrovės veikloje naudojama viena transporto priemonė, dėl kurios sudaryta panaudos sutartis.

Vidaus kontrolės sistema

Bendrovės vidaus kontrolės sistema suprantama, kaip bendrovės visų kontrolės rūšių sistema, kurios dėka siekiama užtikrinti bendrovės veiklos teisėtumą, ekonomiškumą, efektyvumą, rezultatyvumą ir skaidrumą, strateginių veiklos planų įgyvendinimą, turto apsaugą, informacijos ir ataskaitų patikimumą, sutartinių ir kitų įsipareigojimų tretiesiems asmenims laikymąsi bei su visa tuo susijusių rizikos veiksnių valdymą. Įvertinama sąžiningumo ir moralinių vertybių – esminių savybių, darančių įtaką kontrolės procedūrų pobūdžiui. Kompetencijos svarba – vadovybė apsvarsto tam tikram darbui atlikti būtiną kompetencijos lygį ir tai, kokie įgūdžiai ir žinios tam lygiui yra būtini. Organizacinė struktūra – sistema, kurioje planuojami, vykdomi kontroliuojami ir peržiūrimi veiksniai ir užduotys įmonės tikslams pasiekti. Darbuotojų įgaliojimas, atsakomybės skyrimas ir kontrolė.

4. Stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių analizė (SSGG)

Formuluojant UAB „Palangos klevas“ strategines kryptis ir vertinant įmonės veiklos perspektyvas, vertinami vidiniai ir išoriniai veiksniai, darantys didžiausią įtaką bendrovės vykdomoms veikloms. Atliekant aplinkos veiksnių vertinimą, galima išskirti stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių analizę.

Vidinė aplinka:

- stiprybės – bendrovės savybės, kurias galima panaudoti galimybėms įgyvendinti;
- silpnybės – bendrovės savybės, mažinančios bendrovės konkurencinį pranašumą.

Išorinė aplinka:

- galimybės – išorės veiksniai, kurie gali prisidėti prie bendrovės vertės didinimo;
- grėsmes – tikėtini įvykiai, kurie gali turėti neigiamos įtakos bendrovės veiklai.

STIPRYBĖS	SILPNYBĖS
<ul style="list-style-type: none"> • Palangos miesto turgavietėje uždaru prekybinių vietų bei prekybinių vietų, esančių po stoginėmis, skirtų ne maisto produktų prekybai užimtumas 100 proc. • Įsigytos trys naujos šaldymo vitrinos. • Prekybos paviljonas žiemos metu šildomas, vasarą – vėsinamas kondicionieriais. • Vasaros sezono metu Šventosios turgavietėje esantys prekybiniai kioskai buvo išnuomotai visi. • Atliktas sandėliavimo patalpų remontas, visos patalpos išnuomos ir nuomojamos visus metus. • Klientų, partnerių ir kitų suinteresuotų šalių pasitikėjimas. • Nuolat vyksta bendravimas su turgaus prekeiviais, atsižvelgiama į jų lūkesčius. • Bendrovė turi visus leidimus. • Nuolat vykdoma vandens kokybės ir sanitarinė kontrolė. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pagrindinė prekyba ir prekybinių vietų nuoma priklauso nuo sezono ir oro sąlygų. • Šventosios turgavietėje prekyba vyksta tik vasaros metu, o administravimas apima visus metus. • Nepavyksta pritraukti prekeivių vykdyti prekybą ne vasaros sezono metu. • Palangos miesto ir Šventosios turgavietės prekybinių vietų įkainiai nesikeitė nuo 2009 metų, o administravimo išlaidos augo. • Šildymui ir vėsinimui naudojama elektra. • Įrangos priežiūra ir administravimas vyksta įmonės lėšomis, įranga genda, remonto kaštai didina sąnaudas. • Nuomos įkainiai nustatyti tik už prekybinę vietą, visas kitas išlaidas susijusias su prekybinės vietos administravimu sumoka įmonė.

<ul style="list-style-type: none"> • Bendrovė draudžia savo veiklos turta, bei civilinės atsakomybės draudimu pirkėjus nuo nelaimingų atsitikimų bei žalos atlyginimo tretiesiems asmenims. • Atnaujinti prekybiniai stalai Palangos turgavietėje. • Sutvarkytas Palangos turgavietės paviljono stogas, prekybinių paviljonų stogai. 	
GALIMYBĖS	GRĖSMĖS
<ul style="list-style-type: none"> • Miesto viešojo transporto maršrutai, nesunkiai leidžia su bendrove susisiekti iš toliau nutolusių miesto vietų. • Aplink turgaus teritoriją esančios automobilių stovėjimo aikštelės suteikia galimybę patogiai pasistatyti lengvuosius automobilius. • Tinkamos sąlygos pradedantiesiems verslininkas įgauti verslumo įgūdžius. • Turint daugiau patrauklių patalpų ir erdvių, galimas naujos kartos prekeivių pritraukimas. • Vartotojų orientacija į kokybišką, šviežią, iš pirmų rankų gautą produkciją. • Skatinti turgaus prekeivius neatsilikti nuo technologijų, aktyviai reklamuoti savo produkciją bendrame turgaus internetiniame ir FB puslapiuose. 	<ul style="list-style-type: none"> • Didelė prekeivių kaita, nes dauguma atvyksta iš kitų miestų ar gyvenviečių. • Nedidelė prekeivių dalis iš Palangos miesto. • Apribojimai, susiję su COVID-19; • Dėl karantino ribojimų mažėjo poilsiautojų iš Lietuvos ir užsienio skaičius. • Gintaro prekeivių skaičiaus mažėjimas. • Atvykstantys prekeiviai neatlaiko konkurencijos ir nevykdo nuolatinės prekybos. • Konkurenciją sudaro prekybos centrai, bagažinių turgelis, atsiranda naujų nuomojamų patalpų pasiūla. • Internetinė prekyba.

5. 2022 – 2024 metų strateginės veiklos planavimas

VIZIJA

UAB „Palangos turgus“ – pažangi, moderni, efektyvi bendrovė, nuolat gerinanti bendrovės įvaizdį ir siekianti patrauklaus darbdavio reputacijos.

MISIJA

UAB „Palangos Klevas“ misija - organizuoti prekybą Palangos miesto ir Šventosios turgavietėse, vykdyti komercinę veiklą, gauti pelną iš Bendrovės veiklos, tenkinti akcininkų turtinius interesus.

STRATEGINIAI TIKSLAI IR UŽDAVINIAI

1 strateginis tikslas: Bendrovės profesionali veikla, gerinant teikiamų paslaugų kokybę ir tenkinant klientų lūkesčius ir poreikius.

1.1 Uždavinys: Gerinti sąlygas prekeiviams ir jų aptarnavimą.

1.2 Uždavinys: Tobulinti pirkėjų aptarnavimo sistemą.

2 strateginis tikslas: Paslaugų infrastruktūros kūrimas ir palaikymas

2.1 Uždavinys: Racionaliai eksploatuoti ir prižiūrėti Bendrovės valdomą infrastruktūrą ir periodiškai ją atnaujinti.

3 strateginis tikslas: Užtikrinti saugią aplinką turgaus prekeiviams ir pirkėjams

3.1 Uždavinys: Veiklos, atitinkančios kokybės, aplinkosaugos ir sveikatos apsaugos reikalavimus, vykdymas.

4 strateginis tikslas: Bendrovės vertės didinimas ir įvaizdžio gerinimas.

4.1 Uždavinys: Užtikrinti skaidrią įmonės veiklą.

4.2 Uždavinys: Bendrovės įvaizdžio tobulinimas socialinėje medijoje, žiniasklaidoje.

6. Strateginių tikslų ir uždavinių įgyvendinimas

Nr.	Priemonė	Priemonės įgyvendinimo rodiklis (produkto rodiklis)	Priemonės įgyvendinimo terminas	Atsakingas darbuotojas
1 STRATEGINIS TIKSLAS: BENDROVĖS PROFESIONALI VEIKLA, GERINANT TEIKIAMŲ PASLAUGŲ KOKYBĘ IR TENKINANT KLIENTŲ LŪKESČIUS IR POREIKIUS.				
1.1 uždavinys: Gerinti sąlygas prekeiviams ir jų aptarnavimą.				
1.1.1.	Vykdyti kasmetinę prekeivių apklausą	Atlikta metinė prekeivių apklausa (bei užtikrinta rezultatų sklaida tikslinėms grupėms) – 1 vnt./metus	2022-2024	Direktorius
1.1.2.	Atnaujinti ir nuolat prižiūrėti prekybai naudojamą įrangą	Įsigytų naujų įrenginių skaičius – 2 vnt./metus	2022-2024	Direktorius
1.1.3.	Tobulinti Bendrovės darbuotojų kompetenciją, siekiant suteikti kokybiškas ir kvalifikuotas paslaugas klientams	Vidiniuose ir išoriniuose mokymuose dalyvavusių Bendrovės darbuotojų skaičius – 2 darbuotojai/metus	2022-2024	Direktorius
1.2 uždavinys: Tobulinti pirkėjų aptarnavimo sistemą.				
1.2.1.	Vykdyti kasmetinę pirkėjų apklausą	Atlikta metinė prekeivių apklausa (bei užtikrinta rezultatų sklaida tikslinėms grupėms) – 1 vnt./metus	2022-2024	Direktorius
1.2.2.	Didinti atsiskaitymo banko mokėjimo kortelėmis galimybę turgavietėse	Prekybos vietų, teikiančių galimybę atsiskaityti banko kortelėmis augimas – 2 vnt./metus	2022-2024	Direktorius
2 STRATEGINIS TIKSLAS: PASLAUGŲ INFRASTRUKTŪROS KŪRIMAS IR PALAIKYMAS.				
2.1 uždavinys: Racionaliai eksploatuoti ir prižiūrėti Bendrovės valdomą infrastruktūrą ir periodiškai ją atnaujinti.				
2.1.1.	Vykdyti Palangos turgavietės einamojo remonto darbus	Pagal poreikį	2022-2024	Direktorius
3 STRATEGINIS TIKSLAS: UŽTIKRINTI SAUGIĄ APLINKĄ TURGAUS PREKEIVIAMS IR PIRKĖJAMS.				
3.1 uždavinys: Veiklos, atitinkančios kokybės, aplinkosaugos ir sveikatos apsaugos reikalavimus, vykdymas.				
3.1.1.	Vykdyti veterinarinę veiklą ir maisto produktų tikrinimą pagal higienos normų reikalavimus, įskaitant veterinarinį, su maisto produktų gamyba susijusį, tyrimą ir tikrinimą.	Atliktų tikrinimų skaičius per metus – ne mažiau 1-2	2022-2024	Kontrolierius

3.1.2.	Užtikrinti Palangos ir Šventosios turgavietėse esamų patalpų bei prekybinių vietų atitikimą higienos normoms.	Nustatytų neatitikčių skaičius per metus – 0 vnt.	2022-2024	Direktorius
4 STRATEGINIS TIKSLAS: BENDROVĖS VERTĖS DIDINIMAS IR ĮVAIZDŽIO GERINIMAS.				
4.1 uždavinys: Užtikrinti skaidrią įmonės veiklą.				
4.1.1.	Parengti ir įgyvendinti korupcijos prevencijos priemonių planą	Parengtas planas , 1 vnt.	2023	Direktorius
4.1.2.	Nustatyti rizikas, jas įvertinti, numatyti ir įgyvendinti rizikos valdymo priemonės	Rizikų vertinimo ir valdymo protokolas, 1 vnt.	2022	Direktorius
4.1.3.	Viešuosius pirkimus vykdyti vadovaujantis LR teisės aktų reikalavimais	Dėl neteisingai vykdomų viešųjų pirkimų sustabdytų pirkimų skaičius per metus – 0 vnt.	2022-2024	Direktorius
4.1.4.	Viešai skelbti Bendrovės veiklos ir finansines ataskaitas, vadovų darbo užmokestis, kita teisės aktais nustatyta informacija	Informacija skelbiama ir/arba peržiūrinama 1 kartą per metus	2022-2024	Direktorius
4.2 uždavinys: Bendrovės įvaizdžio tobulinimas socialinėje medijoje, žiniasklaidoje				
4.2.1.	Nuolat atnaujinti ir teikti kuo išsamesnę informaciją Bendrovės interneto svetainėje	Informacijos atnaujinimas interneto svetainėje ne rečiau kaip 2 kartus per mėn.	2022-2024	Direktorius
4.2.2.	Organizuoti tradicinę „Turgaus šventę“	Šventės organizavimas 1 kartą per metus	2022-2024	Direktorius
4.2.3.	Viešinti Bendrovės veiklą vietinėje žiniasklaidoje	Paskelbtų pranešimų skaičius – 1 k./metus	2022-2024	Direktorius

7. Akcininko lūkesčiai

UAB „Palangos klevas“ strateginis veiklos planas rengiami vadovaujantis akcininko lūkesčių rašte numatytais siektiniais tikslais.

Bendrovė turi siekti šių rodiklių:

Rodiklis	Matavimo vienetas	Siektina rodiklio reikšmė	2022 prognoz. reikšmė	2023 prognoz. reikšmė	2024 prognoz. reikšmė
Prekybininkų, vykdančių prekybą turgaus prekybinėse vietose, skaičius	Vnt./metus	190	190	190	190
Naujų paslaugų, susijusių su turgaus veikla, skaičius	Vnt./metus	1	1	1	1
Nuosavybės graža (ROE)	Proc./metus	4	4	4	4
Bendrasis pelningumas	Proc./metus	33	33	33	33
Įsiskolinimų koeficientas	Koef.	0,3	0,3	0,3	0,3
Dividendų išmokėjimas	Proc. įmonės paskirstytinojo pelno	50	50	50	50

8. Strateginio veiklos plano įgyvendinimo stebėseną, koregavimas, atnaujinimas

Strateginio veiklos plano įgyvendinimo priežiūros sistema.

UAB „Palangos klevas“ strateginis veiklos planas parengtas trejiems metams. Strateginio veiklos plano įgyvendinimui sudaromi metinės veiklos įgyvendinimo planai/programos.

Strateginio veiklos plano stebėseną vykdoma visą laikotarpį. Stebėseną organizuoja ir vykdo direktoriaus įsakymu paskirta strateginio planavimo ir įgyvendinimo priežiūros darbo grupė. Priemonių įgyvendinimo vertinimui naudojama 1 priede pateikta forma.

Strateginis veiklos planas gali būti koreguojamas: kiekvieno įgyvendinimo etapo pabaigoje, atsižvelgiant į įgyvendintos programos įsivertinimą, vidaus bei išorės audito pateiktas išvadas/pasiūlymus. Bendrovės bendruomenė turi galimybę teikti siūlymus ir pageidavimus dėl strateginio veiklos plano įgyvendinimo.

PRIEMONIŲ ĮGYVENDINIMO REZULTATŲ VERTINIMO KRITERIJAI

Iš viso (visi tikslai)	2022 m.		2023 m.		2024 m.	
	Vnt.	%	Vnt.	%	Vnt.	%
Planuota priemonių						
Įgyvendinta priemonių						
Vykdoma priemonių						
Nevykdoma priemonių						
Nevykdytina priemonių (nebeaktualu)						
1 STRATEGINIS TIKSLAS	2022 m.		2023 m.		2024 m.	
	Vnt.	%	Vnt.	%	Vnt.	%
Planuota priemonių						
Įgyvendinta priemonių						
Vykdoma priemonių						
Nevykdoma priemonių						
Nevykdytina priemonių (nebeaktualu)						
2 STRATEGINIS TIKSLAS	2022 m.		2023 m.		2024 m.	
	Vnt.	%	Vnt.	%	Vnt.	%
Planuota priemonių						
Įgyvendinta priemonių						
Vykdoma priemonių						
Nevykdoma priemonių						
Nevykdytina priemonių (nebeaktualu)						
3 STRATEGINIS TIKSLAS	2022 m.		2023 m.		2024 m.	
	Vnt.	%	Vnt.	%	Vnt.	%
Planuota priemonių						
Įgyvendinta priemonių						
Vykdoma priemonių						
Nevykdoma priemonių						
Nevykdytina priemonių (nebeaktualu)						